

**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JAMBON RESTO
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

GALIH PRAYOGO

B 100 080 107

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JAMBON RESTO YOGYAKARTA

Yang ditulis oleh:

GALIH PRAYOGO

B 100 080 107

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2012

Pembimbing

(Drs. Kusdiyanto, M.Si.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	GALIH PRAYOGO
NIRM	08.6.106.02016.500107
Jurusan	MANAJEMEN
Judul Skripsi	ANALISIS PENGARUH <i>MARKETING MIX</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JAMBON RESTO YOGYAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,..... **JANUARI 2012**

Yang membuat pernyataan,

GALIH PRAYOGO

MOTTO

*Bukanlah suatu aib jika kamu gagal dalam suatu usaha,
yang merupakan aib adalah jika kamu tidak bangkit dari
kegagalan itu.*

(Ali Bin Abu Thalib)

*Dan kami tidak memikulkan kewajiban kepada seseorang
kecuali yang sepadan kemampuannya*

(Al Mu'minun: 62)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada

- *Allah SWT yang tidak pernah meninggalkan hambaNya, yang memegang hidup dan kematian setiap mahluk.*
- *Rosululloh SAW semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya.*
- *Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayangnya, cinta kasih, pengorbanan, dukungannya dan kebahagiaan dalam hidupku dengan untaian do'a dan kesabaran yang tiada henti.*
- *Bapak/ibu dosen Fakultas Ekonomi UMS.*
- *Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi UMS.*

ABSTRAKSI

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *marketing mix* (*product*, *price*, *place*, *promotion*) terhadap keputusan pembelian di Jambon Resto Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pemimpin perusahaan dan pihak-pihak terkait dalam menentukan kebijakan tentang produk, harga, lokasi, serta promosi terhadap keputusan pembelian di Jambon Resto Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey, yaitu penelitian dengan menganalisis angka-angka yang diperoleh dari hasil survei dalam bentuk penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang memutuskan melakukan pembelian di Jambon Resto Yogyakarta, sedangkan sampel penelitian adalah 100 konsumen yang melakukan pembelian di Jambon Resto Yogyakarta, dengan *random sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Metode analisis yang digunakan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Berganda, Uji t, Uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua unsur seperti *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi) dan *promotion* (promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Jambon Resto Yogyakarta dengan hasil uji validitas menunjukkan nilai koefisien korelasi *product moment* lebih besar dari r_{tabel} , Uji Reliabilitas nilai r_{hitung} (*Alpha Cronbach's*) lebih besar dari 0,600. Regresi berganda menunjukkan nilai koefisien bertanda positif. Uji t dan Uji F menunjukkan signifikan karena t_{hitung} dan F_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} dan F_{tabel} .

Kesimpulan, variabel *marketing mix* (*product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi) dan *promotion* (promosi)) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Jambon Resto Yogyakarta. Dan, dari keempat variabel *marketing mix*, lokasi adalah variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *marketing mix*, *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi) dan *promotion* (promosi), keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat, taufik serta hidayah-Nya, dan diiringi dengan perjuangan serta Do'a sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengab judul: **"ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JAMBON RESTO YOGYAKARTA"**

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis juga menyadari dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun demikian harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri penulis maupun pihak yang memerlukan.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dorongan dan pengarahan dari berbagai pihak, kiranya tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. dr. Bambang Setiaji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr Triyono, SE, M.Si. selaku Dekan Fakulsts Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

4. Bapak Drs. Kusdiyanto, M.Si selaku pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Susilo, SH selaku pemilik Jambon Resto Yogyakarta beserta karyawannya yang telah memberikan bantuan dan ijin untuk tempat penelitian.
6. Bapak dan Ibu yang tercinta terima kasih atas semua kasih sayang, cinta, kepercayaan, perhatiannya, nasehat yang tulus dan do'a-doa yang terucap untuk penulis.
7. Seseorang yang selalu menemani, menyayangi dan memberikan motivasi untuk tetap semangat untuk penulis (ga-ga).
8. Suzuki Thunder 125 AD 6172 JK 2006, yang sampai detik ini menemani dan mengantar penulis ke mana saja.
9. Seluruh dosen Ekonomi Manajemen UMS yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
10. Terakhir untuk semua pihak yang tanpa perlu di sebutkan namanya satu persatu yang disadari atau tidak telah banyak membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta, pihak perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini, semoga karya ini menjadi karya yang bermanfaat bagi kita semua.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, Januari 2012

(Penulis)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Konsep, Pengertian, Teori	8
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
C. Hipotesis	33
D. Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35

A. Jenis Penelitian	35
B. Lokasi Penelitian	35
C. Populasi, Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	35
D. Jenis Data	38
E. Sumber Data	39
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Variabel Penelitian	40
H. Definisi Operasional Penelitian	41
I. Metode Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
B. Deskripsi Data	51
C. Analisis Data	53
D. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	51
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	53
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Variabel Produk	54
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	54
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	55
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	55
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel IV.10	Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel IV.11	Hasil Analisis Regresi Berganda	57
Tabel IV.12	Hasil Uji t	60

Tabel IV.13 Hasil

Uji

F

62

Tabel IV.14 Hasil

Koefisien

Determinasi

63

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1

Kerangka

Pemikiran

34